

— アラフォー(40歳前後)・アラフィフ(50歳前後)・アラシックス(60歳前後)女性の実態 —

3世代女性の美容・健康・おしゃれ意識・行動総合調査

消費意欲旺盛な中高年女性の「美容・健康・おしゃれ」に関する意識・行動を、今、注目されている各節目世代ごとに把握します。

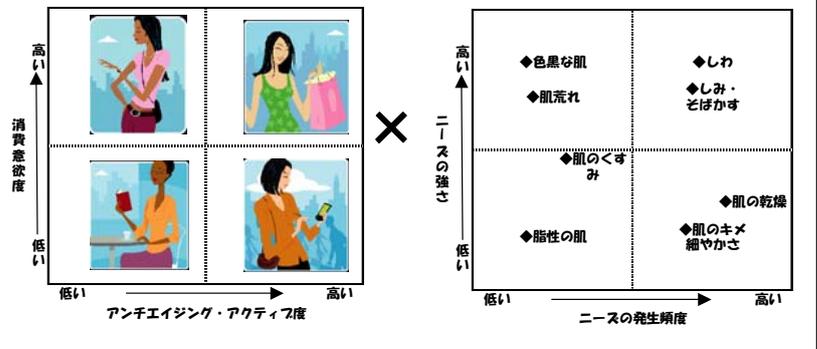
当調査は、美容、健康、おしゃれ意識が高く、消費意欲も旺盛な中高年女性について、年代の節目にある3世代を対象に、ライフスタイルの中でも、とくに美容・健康・おしゃれ生活に着目し、その意識と行動などを調査したものです。節目世代を攻略するための基礎資料としてご活用ください。

【本調査項目（予定）】

- ・アンチエイジング意識、行動（肌・髪・その他）
- ・メタボリックシンドローム意識、行動（フロポーションなど）
- ・健康意識、行動（症状など）
- ・おしゃれ意識
- ・美容、健康、おしゃれ消費支出の現状と今後
- ・おしゃれなど参考にする雑誌
- ・理想とする女優・タレント
- ・その他・

【アウトフィットイメージ】

例【アラフォー世代のセグメント軸】



調査結果概要

http://www.jmar.biz/health/2009_around405060.html

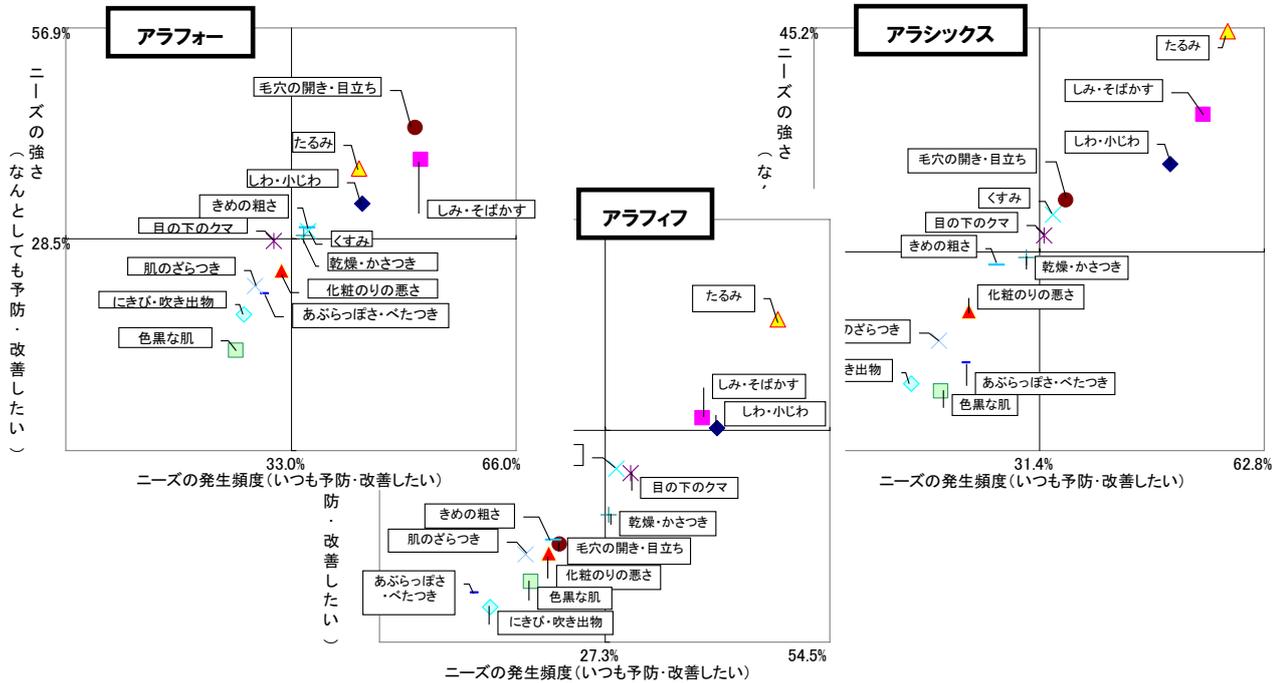
20 年 月 日

3世代女性の美容・健康・おしゃれ意識・行動総合調査	調査報告書(A4判) + クロス集計表(A4判)	<input type="checkbox"/> 定価 94,500円(消費税込) <input type="checkbox"/> MDB会員 84,000円(消費税込)	部
	ローデータ	<input type="checkbox"/> 定価 157,500円(消費税込) <input type="checkbox"/> MDB会員 126,000円(消費税込)	部
フリガナ	MDBメンバーコード		
貴社名			
所在地	TEL: () () () () FAX: () () () ()		
部署名	氏名		
e-mail			

- ※ 本申込書にご記入いただくお客様の氏名、連絡先などの個人情報、商品の発送・ご連絡および新商品・サービスのご案内に利用させていただきます。本主旨をご承知いただき、所定欄にご記入下さいますようお願い申し上げます。
- ※ 本調査の報告書ならびにデータは、ご購入いただいた企業内のみでの使用に限らせていただきます。
- ※ 本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が所有します。
- ※ 弊社は、購入いただきました企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発行から一定期間経過後はこの限りではありません。

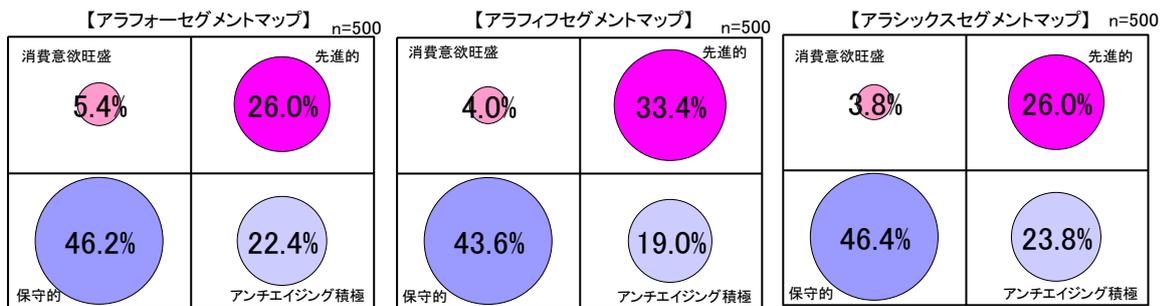
本調査結果の一部をご紹介します

◆ 肌(主に顔)に対する予防・改善ニーズにおいて、最も高いのは、アラフォーでは「毛穴の開き・目立ち」。アラフィフおよび、アラシックスでは「たるみ」。



縦軸：ニーズの強さは「なんとしても予防・改善したい」と回答した方の割合
 横軸：ニーズの発生頻度＝「いつも（頻繁に）予防・改善したい」と回答した方の割合

◆ アラフィフの 3 人に 1 人(33.4%)が「先進的アラフィフ」。「先進的アラフォー」(26.0%)および「先進的アラシックス」(26.0%)は、その世代の 4 人に 1 人を占める。



【各世代におけるセグメントの方法】

当調査では、「ライフスタイルや考え方」における 10 個の選択肢をアンチエイジング指数と消費意欲指数の 2 つに分けた。

＜アンチエイジング指数＞

1. 「実年齢より若いと言われた」
2. 「若さや、美しさを保つために出費は惜しまない」
3. 「自分より年齢が若い人との付き合いを増やしたい」
4. 「ファッション雑誌を見るのが大好きである」
7. 「どんなに忙しくても、化粧には時間をかけたい」

＜消費意欲指数＞

5. 「新しい商品・サービスを率先して購入・利用する方である」
6. 「有名ブランドや新しいブランドに興味がある」
8. 「友人・知人等の口コミ情報を参考に商品・サービスを購入することが多い」
9. 「自分自身の将来のためより、今の生活をエンジョイすることを重視している」
10. 「同世代に女性よりおしゃれに使うお金は多い方である」

上記 10 個選択肢の回答に以下のウェイトを与え数値化した。

＜回答に対するウェイト＞

「あてはまる」:3 点 「ややあてはまる」:2 点 「あまりあてはまらない」:1 点 「あてはまらない」:0 点

上記で数値化された個々人の指数を以下の水準で 4 分類にセグメントした。

【先進的】:アンチエイジング指数 8 点以上、消費意欲指数 8 点以上

【アンチエイジング積極】:アンチエイジング指数 8 点以上、消費意欲指数 7 点以下

【消費意欲旺盛】:アンチエイジング指数 7 点以下、消費意欲指数 8 点以上

【保守的】:アンチエイジング指数 7 点以下、消費意欲指数 7 点以下

- ◆ 各世代「先進的セグメント」が、その世代の女性市場を牽引している。
- ◆ 「先進的アラシックス」は、「先進的アラフォー」、「先進的アラフィフ」よりアンチエイジングに積極的であり、かつ消費意欲も旺盛である。

上記以外にも、

- ◆ 髪の毛の症状に対する予防・改善ニーズにおいて、高いものは？
- ◆ 体型（プロポーション）や肥満に対する予防・改善ニーズにおいて、高いものは？
- ◆ 体の症状や体調において予防・改善ニーズの高いものは？
- ◆ 美容・ファッション・おしゃれなどに関して参考にしている雑誌は？
- ◆ 『あの人のようになってみたい』と思う同世代の女優・タレントは？

など・・・

本調査の調査項目

1. ライフスタイルや考え方について
2. 「アンチエイジング」意識
3. 実年齢より若いと思うか老けていると思うか、老けていると思う理由
4. 自身の肌年齢および、「年齢を感じさせない、若々しい肌」とは
 - ・しわ・小じわのない(目立たない)肌、・しみ・そばかすのない(目立たない)肌、
 - ・はりのある・たるみのない肌、・透明感のある・くすみのない肌、
 - ・目の下のクマのない(目立たない)肌、・毛穴が目立たない肌、
 - ・うるおいのある肌、・あぶらっぽさ・べたつきのない肌、・きめ細かい肌、
 - ・にきび・吹き出物のない肌、・色白な肌、・化粧のりの良い肌、
 - ・ざらつきのない・つるつるの肌など
5. 肌の症状別について予防・改善意向
 - ・しわ・小じわ、・しみ・そばかす、・たるみ、・くすみ、・目の下のクマ、
 - ・毛穴の開き・毛穴が目立つ、・乾燥・かさつき、・あぶらっぽさ・べたつき、
 - ・きめの粗さ、・にきび・吹き出物、・色黒な肌、・化粧のりの悪さ、・肌のざらつきなど
6. 自身の髪年齢および、「年齢を感じさせない、若々しい髪」とは
 - ・黒々とした・白髪のない髪、・つやつやした髪、・うるおいのある髪、
 - ・こしのある、しっかりした髪、・ボリューム感のある(ふさふさした)髪、・まっすぐな髪、
 - ・枝毛のない・痛んでいない髪、・変色(紫外線などで赤茶けた)のない髪、
 - ・フケ・かゆみのない髪(頭皮)、・あぶらっぽくない髪(頭皮)など
7. 髪の毛の症状について予防・改善意向
 - ・白髪、・つやのなさ、・うるおいのなさ・ぱさつき、・髪が細くやせること・こしのなさ、
 - ・ボリューム感のなさ・薄毛・抜け毛、・ちぢれ・くせ・うねり、・枝毛・痛み、
 - ・変色(紫外線などで赤茶けること)、・フケ・かゆみ、・あぶらっぽい髪(頭皮)など
8. 予防・改善したい症状や体質
 - ・口臭、・体臭、・加齢臭、・脇のにおい、・足のにおい、・体毛、・菌並び、
 - ・歯の色、・顔のむくみ、・顔のほてり、・イボ、うおのめ、・あざなど
9. 自身の体型(プロポーション)年齢および、「年齢を感じさせない、若々しい体型(プロポーション)」とは
 - ・スリムな体型、・メリハリのある体型、・締まっているウエスト、
 - ・筋肉がついている身体、・すらっとした手足、・お尻が上がっている、
 - ・胸がある、・セルライトのない身体、・背筋が伸びている・姿勢の良い身体、
 - ・二の腕などのたるみがないなど

10. 体型(プロポーション)の改善意向
 - ・太っている・ぜい肉がついている、
 - ・やせすぎ、
 - ・おなかが出ている、
 - ・筋肉の少なさ、
 - ・手足が太い、
 - ・お尻がたれている、
 - ・胸がない、
 - ・セルライト、
 - ・姿勢が悪い、
 - ・二の腕などのたるみなど、
11. 『メタボリックシンドローム(内臓脂肪型肥満)』に対する意識
12. 『メタボリックシンドローム(内臓脂肪型肥満)』で心配なこと
 - ・心臓病(心筋梗塞、狭心症など)になること、
 - ・脳梗塞、脳卒中になること、
 - ・糖尿病になること、
 - ・痛風(高尿酸血症)になること、
 - ・腎臓病になること、
 - ・癌(がん)になること、
 - ・高血圧症になること、
 - ・高脂血症になること、
 - ・アルツハイマーになること、
 - ・その他の病気になることなど
13. 体力的(肉体的)に健康か、精神的(こころ)に健康か、どの程度ストレスを感じているか
14. 自身の症状や体調で改善したいこと
 - ・肩こり、
 - ・腰痛、
 - ・手足の関節の痛み、
 - ・手などのしびれ、
 - ・冷え性、
 - ・便秘、
 - ・寝つきの悪さ、
 - 不眠、
 - ・頭痛、
 - ・胃痛、
 - ムカつき、
 - ・下痢症、
 - ・動悸、
 - 息切れ、
 - ・貧血、
 - 立ちくらみ、
 - ・生理痛・生理不順、
 - ・眼の疲れ、
 - かすみ目、
 - ・くしゃみ・鼻づまり、
 - 花粉症など、
 - ・耳鳴り、
 - ・セキ、
 - 痰、
 - ・歯槽膿漏、
 - 歯周病、
 - ・視力低下、
 - ・体脂肪率の高さ、
 - ・高血圧、
 - ・高血糖、
 - ・低血圧、
 - ・更年期障害、
 - ・慢性疲労、
 - ・湿疹、
 - かゆみ、
 - ・難聴、
 - ・多汗症など
15. 「おしゃれ」をする意味(目的)
 - ・若さを保つこと、
 - ・気分転換やストレス解消、
 - ・目立つことや優越感、
 - ・楽しい気分になれる、
 - ウキウキする、
 - ・活動的・積極的な気持ちになれる、
 - ・自分の個性やアイデンティティの表現方法、
 - ・他人からおしゃれと言われたい、
 - ・生活する上でのマナーなど
16. 最近1年間の消費支出金額、今後(1~2年後程度)自身のために使う消費金額の増減意向
17. 美容、ファッション、おしゃれなどに関する参考雑誌
18. 『あの人のようになってみたい』と思う同世代の女優・タレント
19. 最も積極的に、この3世代に向けて化粧品等を開発していると思うメーカー

【調査概要】

調査方法 : 小社所有の「MDB ネットサーベイ」利用によるインターネットリサーチ
 調査対象者 : 首都圏・関西圏に居住する38~42歳女性、48~52歳女性、58~62歳女性
 有効回答数 : 1,500名
 調査実施期間 : 2009年6月

【アウトプット】

2009年9月発行
 調査報告書(A4判200頁程度)+クロス集計表(A4判300頁程度)
 定価 : 94,500円(税込)
 MDB 会員 : 84,000円(税込)
 (2)ローデータ
 定価 : 157,500円(税込)、
 MDB 会員 : 126,000円(税込)

※ 本調査の成果物の著作権は(株)日本能率協会総合研究所が所有します。
 ※ 弊社は、購入いただきました企業(法人・個人)以外には、成果物を提供いたしません。ただし、本調査を告知するための限定的な利用、及び発行から一定期間経過後はこの限りではありません。